

**MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN *INTERNET
BANKING: PENDEKATAN MODIFIED TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL* .**

(Studi Kasus pada Nasabah Bank BCA di Surakarta)



NASKAH PUBLIKASI

**Diajukan Untuk Penyusunan Skripsi Jenjang Strata I Pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh:

MUFTAFIDA HIGYA ARYANI

B200120241

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca naskah publikasi dengan judul:

**“MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN *INTERNET BANKING*:
PENDEKATAN *MODIFIED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*”**

Yang ditulis oleh:

MUFTAFIDA HIGYA ARYANI

B200120241

Penandatangan berpendapat bahwa naskah publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 17 Desember 2015

Pembimbing


(Dr. Noer Sasongko, SE, M.Si, Ak)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta




(Dr. Triyono, SE, M.Si)

**MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN *INTERNET*
BANKING: PENDEKATAN *MODIFIED TECHNOLOGY*
ACCEPTANCE MODEL .**

(Studi Kasus pada Nasabah Bank BCA di Surakarta)

ABSTRACT

This study purposes to examine the factors that influence intention to use internet banking services by modified a model of Technology Acceptance Model (TAM) developed by Davis in 1989. Used in this study population was all the customers Bank BCA in Surakarta. The data used in this research is primary data and data collection was performed using a questionnaire. A method of the sample collection by way of a method of convenience. The total sample collected as many as 60 customers and the questionnaires back and the questionnaire can be processed as many as 60. Analysis technique in this study was multiple linear regression analysis. The result of analysis for this model shows that the construct perceived usefulness, trust and perceived risk affect the intention to use internet banking. Even though that perceived ease of use and security did not influence the intention to use internet banking. This means that the intention to use internet banking is influenced by the perceived usefulness, trust and perceived risk.

Keywords: *Technology Acceptance Model (TAM), perceived usefulness, perceived ease of use, security, trust, perceived risk, intention and internet banking*

MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN *INTERNET BANKING*: PENDEKATAN *MODIFIED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* .

(Studi Kasus pada Nasabah Bank BCA di Surakarta)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan *internet banking* dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BCA di Surakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Metode pengambilan sampel dengan cara metode *convenience*. Jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 60 nasabah. Dan kuesioner yang kembali dan dapat diolah sebanyak 60 kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa kegunaan, kepercayaan, dan risiko berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan *internet banking*. Sebaliknya, kemudahan dan keamanan tidak berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan *internet banking*. Hal ini berarti bahwa minat untuk menggunakan layanan *internet banking* dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, kepercayaan dan risiko.

Kata Kunci: *Technology Acceptance Model* (TAM), kegunaan, kemudahan, keamanan, kepercayaan, risiko, minat dan *internet banking*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini semakin berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Tidak dapat dipungkiri lagi, dengan adanya teknologi yang serba canggih segalanya menjadi mudah dan cepat. Perkembangan sistem teknologi informasi ini mendorong munculnya peluang bisnis yang memanfaatkan layanan internet karena dirasa lebih efisien dan efektif terutama jika dilihat dari segi penghematan waktu. Perkembangan sistem teknologi informasi ini pun berpengaruh dalam dunia perbankan, salah satunya ialah munculnya layanan *internet banking*.

Layanan *internet banking*, memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan melalui media jaringan komputer global yaitu internet. *Internet banking* merupakan layanan yang ditawarkan oleh perbankan untuk melakukan transaksi *non cash* melalui sambungan internet yang dapat diakses melalui Laptop, HP, PDA, Komputer, dll (www.bi.go.id).

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi adalah TAM (*Technology Acceptence Model*) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM juga menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan atau keperluan, serta penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi. Menurut Davis (1989), ada dua konsep utama yang dipercaya

dalam penerimaan pengguna yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dan *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan). (Istiarni, 2014).

Davis et al. (1989) dalam Hapsara (2015) mendefinisikan persepsi atas kemanfaatan (*perceived usefulness*) sebagai “suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja”. Dengan demikian maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

Davis et al. (1989) dalam Farizi dan Syaefullah (2014) mendefinisikan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk dapat melakukannya. Berdasarkan definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tersebut mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan berminat untuk menggunakannya .

Persepsi risiko adalah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan (dowling dan staelin,1994) dalam Farizi dan Syaefullah (2013).

Das dan Teng (1998) dalam Farizi dan Syaefullah (2013) menyebutkan bahwa kepercayaan (*trust*) sebagai derajat di mana seseorang yang percaya

menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi yang berubah ubah dan berisiko.

Minat perilaku merupakan suatu keinginan seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Perilaku adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan karena individual memiliki minat atau keinginan untuk melakukannya sehingga minat perilaku akan menentukan perilakunya. Ada beberapa alasan mengapa nasabah berminat atau tidak berminat untuk menggunakan *internet banking*. Alasan-alasan tersebut terbagi menjadi dua bagian pokok, yaitu berdasarkan minat yang didasarkan sikap dan norma subjektif (Suprpto,2014).

Penelitian mengenai analisis pengaruh kegunaan, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat penggunaan *internet banking* ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, diantaranya yaitu: Farizi dan Syaefullah (2014) serta Larasati (2014). Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji adanya pengaruh kegunaan, kemudahan, keamanan, kepercayaan dan risiko terhadap minat penggunaan *internet banking*.

B. LANDASAN TEORI

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model yang dibangun untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi

penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1989. Model TAM sebenarnya diadopsi dari model TRA yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dan diusulkan oleh Davis (1989), yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi pengguna teknologi informasi (TI) akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut, Istiarni (2014).

2. Internet Banking

Internet banking meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis, untuk mengakses rekening melakukan transaksi bisnis atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik termasuk internet (Tjini dan Baridwan, 2013).

3. Minat Penggunaan Internet Banking

Sesuai dengan kerangka TAM (*Technology Acceptance Model*), penggunaan sistem (*actual system usage*) paling dipengaruhi oleh minat untuk menggunakan (*intentions toward usage*). Minat perilaku (*behavioral intention*) menurut Jogiyanto (2007: 116) adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavioral*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya.

4. Kegunaan

Menurut Jahangir and Begum (2008) dalam Priyanto (2015) persepsi kegunaan adalah probabilitas subjektif menggunakan teknologi akan memperbaiki cara pengguna agar dapat menyelesaikan tugas yang diberikan.

H₁: Kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Internet Banking* .

5. Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2007) persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sehingga jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya dan sebaliknya.

H₂: Kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Internet Banking* .

6. Keamanan

Menurut Lallmahamood (2007) dalam Priyanto (2015) menjelaskan bahwa keamanan dan privasi merupakan keyakinan nasabah atas terjaminnya transaksi yang aman dan terjaganya informasi pribadi. Keamanan dan privasi merupakan salah satu faktor penting yang mendorong minat nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*.

H₃: Keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Internet Banking* .

7. Kepercayaan

Menurut Ba dan Pavlou (2002) dalam Farizi dan Syaefullah (2014) mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian.

H₄: Kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Internet Banking* .

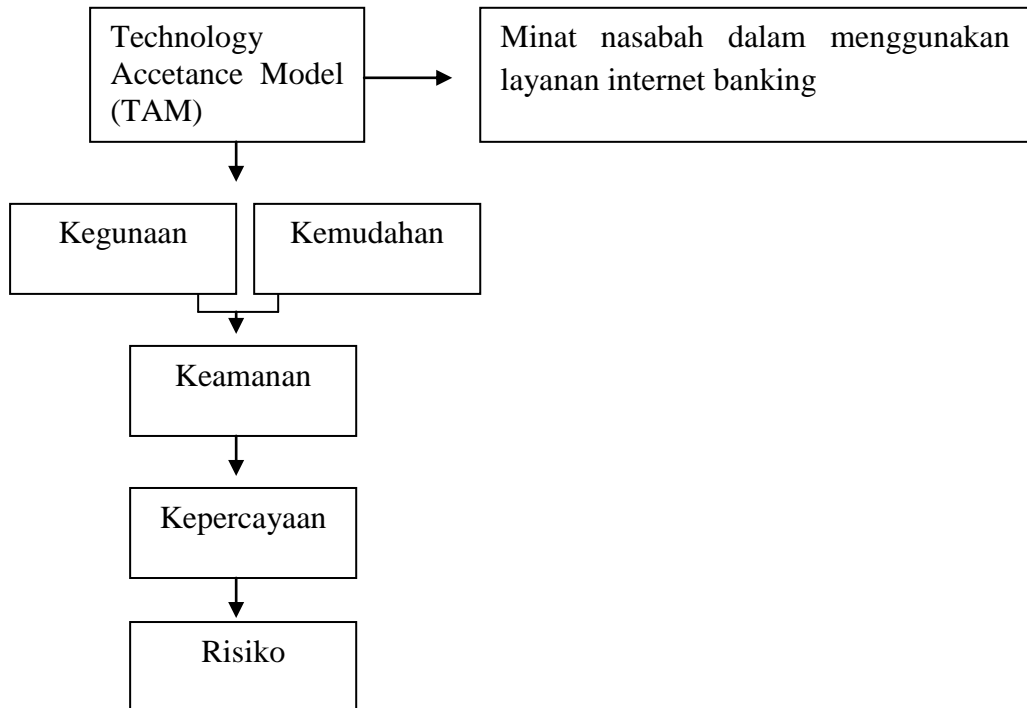
8. Risiko

Menurut Dowling (1986) dalam Farizi dan Syaefullah (2014), persepsi terhadap risiko adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata.

H₅: Risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *Internet Banking*.

9. Rerangka Pemikiran

Rerangka Pemikiran



C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menguji hipotesis. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada nasabah pengguna layanan *internet banking* Bank BCA di Surakarta.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan *internet banking* pada Bank BCA Surakarta. Dalam

penelitian ini peneliti tidak dapat menentukan besarnya populasi yang akan diteliti secara pasti dikarenakan tidak terdapat data yang relevan dan pihak bank tidak memperbolehkan karena data nasabah merupakan rahasia bank. Sedangkan sampel pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *internet banking* pada Bank BCA Cabang Surakarta yang berjumlah 60 nasabah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah metode pengumpulan sampel *nonprobability sampling*, yaitu dalam memilih sampel peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan.

3. Metode analisis data

1. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian validitas instrumen akan dilakukan dengan korelasi *product-moment pearson*. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha (α)*. (Ghozali 2011:47).

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam uji asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas. Untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji statistik non parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar

variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan *uji Glejser*

3. Uji Hipotesis

Model pengujian yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Model regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel dependen dan variabel independen. Pengujian hipotesis dilakukan setelah model regresi berganda bebas dari pelanggaran asumsi klasik, agar hasil pengujian dapat diintreprentasikan dengan tepat. Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$PI = a + \beta_1 KG + \beta_2 KM + \beta_3 KN + \beta_4 KP + \beta_5 RS + e$$

Keterangan:

a : konstanta.

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: koefisien regresi.

PI : Penggunaan *Internet Banking*.

KG : Kegunaan.

KM : Kemudahan.

KN : Keamanan.

KP : Kepercayaan.

RS : Risiko.

Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan uji t. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis akan dilakukan uji F dan

Koefisien determinasi terlebih dahulu. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Selanjutnya uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R squared*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data penelitian

Adapun proses pengambilan sampel berdasarkan responden pada Bank BCA di Surakarta tersebut ditunjukkan sebagaimana terlihat dalam tabel IV. I.

Tabel IV.I

Tingkat Pengembalian Kuesioner

Kriteria	Jumlah
Kuesioner yang disebar	60
Kuesioner yang kembali	60
Respon rate = $60/60 \times 100\%$	100%
Data yang diperoleh	60
Data yang tidak dapat diolah	0
Jumlah Kuesioner Siap Dianalisis	60
Usable respon rate = $60/60 \times 100\%$	100%

Sumber: data primer diolah, 2015

1. Pengaruh kegunaan terhadap minat penggunaan *internet banking*

Hasil Hipotesis 5 diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_1 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*.

Hal ini menunjukkan bahwa adanya manfaat yang dirasakan oleh nasabah dengan hadirnya layanan internet banking, nasabah yang dulunya harus pergi ke bank jika akan melakukan aktivitas perbankan sekarang dapat dilakukan dengan lebih mudah, cepat dan dapat dilakukan dimana saja sehingga dapat digunakan untuk melakukan aktivitas lainnya sehingga akan meningkatkan kinerja dan produktivitas .

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Farizi dan Syaefullah (2014) yang melakukan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat menggunakan Internet Banking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan berpengaruh pada minat penggunaan *internet banking*.

2. Pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan *internet banking*

Hasil Hipotesis 2 diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,616 > 0,05$ maka H_2 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*.

Hasil ini dapat disebabkan karena faktor terkuat yang dipertimbangkan oleh responden dalam minat penggunaan *internet banking* adalah kegunaan dari penerapan layanan *internet banking*, meskipun sistem yang digunakan dalam layanan *internet banking* telah dibuat mudah untuk dioperasikan dan sederhana, namun responden merasa tetap mempertimbangkan segi kegunaan dalam penggunaan layanan *internet banking*.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Tjini (2013) tentang Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. Penelitian ini menghasilkan pernyataan bahwa kemudahan tidak berpengaruh pada minat penggunaan *internet banking*.

3. Pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan *internet banking*

Hasil Hipotesis 3 diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,153 > 0,05$ maka H_3 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*.

Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet banking dikarenakan berbagai manfaat yang akan diperoleh nasabah dari penggunaan layanan *internet banking* sehingga nasabah cenderung tidak memperhatikan masalah keamanan sistem internet banking. Dalam penelitian ini variabel kegunaan menjadi faktor utama yang mendasari nasabah berminat untuk menggunakan layanan *internet banking*.

Berdasarkan hasil penelitian ini keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*, berarti penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh gunawan (2014) dan suprpto (2014). Ketidakkonsistenan hasil penelitian ini dapat disebabkan karena adanya perbedaan waktu penelitian dan nasabah yang diteliti.

4. Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *internet banking*

Hasil Hipotesis 4 diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_4 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*.

Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet banking akan meningkatkan efisiensi nasabah apabila ingin melakukan aktivitas perbankan. Nasabah percaya bahwa pihak bank akan menjaga kepentingan nasabah dengan baik dan dapat dipercaya. Semakin tinggi kepercayaan dalam diri nasabah maka semakin tinggi pula loyalitas yang diberikan nasabah pada penyedia layanan *internet banking*.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayanti (2014) yang melakukan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku Persepsian, Pengalaman dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*.

5. Pengaruh risiko terhadap minat penggunaan *internet banking*

Hasil Hipotesis 5 diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,096 > 0,1$ maka H_5 diterima pada tingkat sig 10% . Hal tersebut menunjukkan bahwa risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *internet banking*.

Hal ini menunjukkan bahwa apabila nasabah merasakan bahwa penggunaan internet banking berisiko maka akan mempengaruhi minat

nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Farizi dan Syaefullah (2014) yang melakukan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat menggunakan Internet Banking. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa risiko merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*.

E. PENUTUP

1. Simpulan

Simpulan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mempermudah pemahaman mengenai hasil dari penelitian mengenai minat individu terhadap minat penggunaan *internet banking* dengan pendekatan Modified Technology Acceptance Model (studi pada nasabah Bank BCA di Kota Surakarta) setelah dilakukan pengujian hipotesis penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- a. Kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *internet banking*.
- b. Kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *internet banking*.
- c. Keamanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *internet banking*.

- d. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *internet banking*.
- e. Risiko berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *internet banking*.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu terhadap minat penggunaan *internet banking*, saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya objek penelitian dapat dilakukan dengan memperluas jumlah responden pada nasabah, sehingga hasilnya dapat memperkuat penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dan hasilnya dapat digeneralisasi.
- b. Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya menambah variabel yang menjadi salah satu faktor yang mendorong minat nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*

F. DAFTAR PUSTAKA

- Adityasto, Edwin.2013.”*Minat Perilaku Dalam Pengadopsian Internet Banking : Theory Decomposed of TPB*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Volume 1. Nomor 2.
- Astia, Retania. 2014.”*Determinan Sikap dan Pengaruh Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Vol 2. No 1.

- Bella, Hannum Sansa. 2014. *"Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Niatan Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa"*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Cahyo, Wanandi Yoso Hanur. 2014. *"Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta"*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Cheng, T.C. Edwin; Lam, David Y.C; Yeung, Andy C.L. 2005. *"Adoption of Internet Banking: An Empirical Study in Hong Kong"*. Department of Logistics, The Hong Kong Polytechnic University, Hung Hom, Kowloon, Hong Kong.
- Davis, F.D. (1989). *"Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology"*. MIS Quarterly. Vol. 13 No. 5: pp19-339.
- Farizi, Hadyan dan Syaefullah, MM, Ak. 2014. *"Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat menggunakan Internet Banking"*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Volume 2. Nomor 1.
- Ghozali, Imam. 2006. *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *"Analisis Multivariate dengan SPSS"*, Semarang: BP UNDIP.
- Gunawan, Andre. 2014. *"Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking"*. Jurnal Nominal. Volume 3. Nomor 2.
- Hapsara, Radityo Febri. 2015. *"Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking"*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Harlan, Dwimastia. 2014. *"Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta"*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

- Hidayanti,Amalia. 2014.”*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Layanan E-Banking (Studi pada Jurusan Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga)*”. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Hidayanti,Nurul Azmi. 2014.”*Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku Persepsian, Pengalaman dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking*”.Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Vol 2. No 2.
- Irmadhani dan Nugroho,Mahendra Adhi.2012.”*Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan,Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Negeri Yogyakarta*”. Kajian Pendidikan & Akuntansi Indonesia. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Volume 1. Nomor 3.
- Istiarni,Pangghih Rizki Dwi. 2014.”*Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)*”. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto, H.M. 2007.”*Sistem Informasi Keperilakuan*”. Yogyakarta: Andy
- Jun, M., & Cai, S. (2001).”*The Key Determinants of Internet Banking Service Quality: A Content Analysis*”. International Journal of Bank Marketing Vol 19, No.7, 276-291.
- Larasati,Cindhe Puspita. 2014.”*Minat Mahasiswa Universitas Brawijaya Terhadap Penggunaan Internet Banking Dalam Transaksi Pembayaran SPP: Pendekatan Modified Technology Acceptance Model*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Volume 2. Nomor 2.
- Mardiyanti,Sofiana.2014.”*Pengaruh Keyakinan dan Kepercayaan Teknologi Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking Di Malang:Theory of Reason Action yang Direduksi*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Volume 2. Nomor 2.

- Panggalih, Restu Guriting. 2013. "Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking : Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior". Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Volume 1. Nomor 2.
- Pavlou. (2002). *Cunsomer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in Technology Acceptance Model*. Journal of Logistics Information Management.
- Pertiwi dan Adhivinna, Vidya Vitta. 2013. "Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking di Yogyakarta (studi kasus pada nasabah bank mandiri)".
- Pranidana, Sauca Ananda. 2011. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA untuk Menggunakan Klik-BCA". Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Priyanto. 2015. "Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Sistem Informasi Berbasis Internet Banking". Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Volume 3. Nomor 1.
- Purwadi, Faisal Dedi. 2013. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking". Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ratnaningrum, Luh Putu Rara Ayu. 2013. "Aplikasi Model TAM Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking di Kota Denpasar". Tesis. Denpasar: Universitas Udayana.
- Reid, Michael dan Yair Levy. 2008. "Integrating Trust and Computer Self Efficacy with TAM: An Empirical Assesment of Customers Acceptance of Banking Information Systems (BIS) in Jamaica", Journal of Internet Banking and Commerce. December 2008. Vol. 12 No.3
- Saputro, Brian Dwi. 2013. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking". ". Jurnal Nominal. Volume 2. Nomor 1.

- Selvan, N.Thamarai, B.Senthil Arasu, dan M.Sivagnanasundaram. 2011. *Role of Existing Channels on Customer Adoption of New Channels: A Case of ATM and Internet Banking*. The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries. Volume 45 (1); 1-15.
- Shomad,Andrie Cesario. 2013.”*Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku E-Commerce*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Volume 1. Nomor 2.
- Sugiyono. 2008.”Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009.”Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”. Bandung: Alfabeta.
- Sulastini dan Warmika. 2014.”*Aplikasi TAM, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet Banking*”. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana.Volume 3. Nomor 4.
- Suprpto,Fitria Magdalena. 2014.”*Pengaruh Persepsi Keamanan Web dan Kesesuaian Lifestyle terhadap Minat Penggunaan Internet Banking: Technology Acceptance Model yang Dimodifikasi*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya.
- Tjini, Sartika Sari Ayu dan Baridwan, Zaki. 2013.”*Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Volume 1 .Nomor 2.

<http://www.bi.go.id>

www.bca.co.id

wikipedia,2014.<http://id.wikipedia.org/wiki/BCA>

<http://junaidichaniago.wordpress.com>